

2.2

Tra testo e contesto: il fattore umano nella produzione mediatica

Emma Lupano

I “liberi collaboratori editoriali” o “freelance editoriali” (*ziyou zhuangaoren* 自由撰稿人) sono apparsi nel settore dell’informazione cinese negli anni 1990 tra i tanti effetti “collaterali” prodotti dalla riforma dei media (*meiti gaige* 媒体改革). Iniziata simbolicamente nel 1979 con il ritorno della pubblicità commerciale (Wang, 2010), la riforma si materializza attraverso il graduale taglio dei finanziamenti pubblici alla maggioranza delle testate giornalistiche del paese. I cambiamenti avviati conducono a una progressiva commercializzazione e pluralizzazione del settore, con ricadute non solo sui prodotti del lavoro giornalistico, ma – inevitabilmente – anche sugli stessi addetti ai lavori. La crescita della pubblicità commerciale richiede infatti pagine su cui apparire, stimolando l’aumento della foliazione e, di conseguenza, del fabbisogno di testi. Le redazioni, non riuscendo da sole a far fronte alla domanda, devono affidarsi a collaboratori esterni per la produzione di articoli. Le pagine dei giornali della RPC cominciano così a ospitare firme che non fanno parte dell’organigramma redazionale.

Tra la fine degli anni Novanta e poi negli anni Duemila, quando nelle librerie cinesi compaiono volumi e manuali dedicati a questa figura innovativa, il fenomeno è già così significativo che un terzo dei contenuti che compaiono sui giornali quotidianamente è prodotto da collaboratori (Shen, 2003, p. 6). Un cambiamento importante, visto che, fino alla loro comparsa, il mondo dell’informazione cinese era alimentato solo da giornalisti assunti: dipendenti statali, per lo più membri del Partito e perciò pienamente parte del sistema. Anche per i professionisti dell’informazione, infatti, la vita ruotava intorno alla *danwei* 单位, l’unità di produzione, nucleo di base della società cinese che forniva cibo, alloggio, assistenza sanitaria e perfino educazione scolastica ai dipendenti e alle loro famiglie (Tomba, 2001; Lin, 2019). Il successo della figura del freelance costituisce quindi un passaggio storico da esplorare.

Chi sono questi giornalisti? Che lavoro svolgono, e con quali routine? Quali regole, modelli, imperativi morali, influenze politiche, sociali ed economiche ne guidano il comportamento professionale? In che modo si distinguono dai giornalisti regolarmente assunti? Per rispondere a questi interrogativi, ci si può affidare all’analisi della produzione testuale: cosa i freelance scrivono, come lo scrivono e quali scelte stilistiche compiono sono dati sicuramente preziosi. Tuttavia, in un settore come quello dell’informazione cinese, dove l’attività giornalistica è strettamente regolamentata e controllata, non sempre la produzione corrisponde o manifesta efficacemente le

convinzioni, le ambizioni, le volontà e gli ideali di chi la svolge. È allora utile concentrarsi anche sul “fattore umano” della produzione mediatica, interrogando direttamente le persone che sono coinvolte nei fenomeni osservati.

Se la comprensione del contesto storico, politico e sociale di riferimento è essenziale per analizzare consapevolmente i media cinesi, lo è anche la comprensione delle dinamiche umane (politiche, socio-economiche, professionali, pratiche e psicologiche) coinvolte nella realizzazione dei prodotti mediatici studiati. Per esempio, prendendo in considerazione il giornalismo testuale, è importante studiare non soltanto i diversi aspetti della produzione scritta (incidenza tematica, frame interpretativi, parole chiave, costruzione del discorso, strumenti retorici, appartenenza a specifici generi testuali e così via), ma anche i suoi artefici.

Facendo riferimento a uno studio svolto tra il 2008 e il 2015 per indagare la figura dei freelance cinesi, questo capitolo porta dunque l’attenzione sulle metodologie della ricerca sociale, mostrando come alcune di esse possano essere utilizzate per capire meglio il mondo dei media. Le difficoltà relative all’approccio al campo in un contesto politicamente delicato quale la Cina di oggi potrebbe infatti scoraggiare il ricercatore e spingerlo verso metodologie unicamente testuali o documentali. La ricchezza delle riflessioni e delle informazioni che possono emergere dal confronto diretto con i protagonisti dei media cinesi invitano invece alla ricerca di metodi e strategie per rendere possibile tale incontro. L’avvicinamento al “fattore umano” consente di allontanarsi dagli stereotipi, scoprendo la vitalità, la complessità e la varietà dei valori e dei punti vista che si celano in un settore spesso considerato mero territorio della propaganda.

2.2.1 Criticità e sfide

La transizione dalla quarta alla quinta generazione di leader del PCC nel 2012 ha segnato un importante cambio di passo nel mondo intellettuale e giornalistico cinese. A distanza di un decennio, molti commentatori concordano nel riconoscere il graduale venir meno, dagli anni Dieci del Duemila, del clima di relativa libertà espressiva e di apertura agli scambi internazionali che si era respirato dalla seconda metà degli anni Novanta.

I problemi, naturalmente, non erano mancati neanche durante quello che, retrospettivamente, può essere definito un periodo di relativa fioritura per il giornalismo cinese. Dalla discussa chiusura di *Freezing Point* (冰点 *bing dian*) (Reuters, 2006; Qian, Bandurski, 2010), inserto settimanale del quotidiano *China Youth Daily* (*Zhongguo Qingnian Bao* 中国青年报), al silenzio mediatico sull’epidemia di SARS (Zhao 2003); dal caso dell’editoriale di Capodanno del *Southern Weekend* (*Nanfang Zhoumo* 南方周末) (Bandurski, 2013) alla gestione dell’incidente ferroviario di Wenzhou

nel 2011 (Gorman, 2011), sono numerosi gli esempi che dimostrano come, anche nel decennio a guida Hu Jintao/Wen Jiabao, l'attribuzione ai giornalisti cinesi del ruolo di portavoce (*houshe* 喉舌 lett. "gola e lingua") del PCC sia rimasta indiscussa. Alcune parole chiave del discorso ufficiale dell'epoca sull'informazione non lasciavano dubbi circa la visione dell'opinione pubblica come entità da "incanalare" (*yulun yindao* 舆论引导) invece che da ascoltare, o circa la volontà di "mantenere una posizione di comando" (*zhanling zhi gao dian* 占领制高点) rispetto a possibili narrazioni alternative della realtà cinese sia da fonti interne che esterne al paese (Bandurski, 2009). Tuttavia, la "nuova era" di Xi Jinping ha disilluso quanti, tra giornalisti e intellettuali (cinesi e internazionali), avevano immaginato che la progressiva apertura del dibattito pubblico in Cina fosse un processo segnato e inarrestabile. Regolamenti, provvedimenti e dichiarazioni programmatiche della dirigenza nell'ultimo decennio hanno limitato con crescente fermezza gli spazi della libera espressione, soprattutto online. Un fenomeno che è sostenuto anche dal sempre efficace meccanismo dell'autocensura: il giornalismo investigativo e l'espressione di punti di vista eterodossi in generi testuali come quello del commento giornalistico sono frenati tanto dalla presenza quanto dall'assenza di regole chiare e di confini precisi (Tong, 2014).

Il ripiegamento intellettuale che caratterizza la "nuova era" di Xi Jinping, unito alla chiusura del paese tra il 2020 e l'inizio del 2023 dovuta alla pandemia da Covid-19, ha rappresentato un forte ostacolo alla possibilità di svolgere indagini sul campo in anni recenti. Dato il loro ruolo chiave nella legittimazione politica e nella gestione del consenso nel paese, i mezzi di informazione sono un campo politicamente delicato e di difficile accesso, in cui anche valutare la credibilità di fonti e testimoni può essere un'operazione complessa. Tuttavia, in un ecosistema in cui la narrazione ufficiale può essere molto distante da quella fattuale, è importante entrare in contatto anche con chi lo anima.

Diversi studi di grande interesse sono il prodotto di questo sforzo. Sono stati compiuti tra gli anni Novanta e la prima decade del Duemila (quando l'accesso al campo era più facilmente negoziabile) ed esplorano i media dall'interno tramite l'esperienza diretta sul campo oppure dando voce ai protagonisti del settore, con l'intento di comprendere le dinamiche umane (politiche, socio-economiche, professionali, pratiche, ideologiche, etiche e persino psicologiche) coinvolte nella realizzazione dei prodotti mediatici.

Tali indagini mostrano come la sfida dell'accesso al campo possa essere mitigata tramite reti di relazioni professionali o informali, rapporti costruiti nel tempo magari in altra funzione (de Burgh, 2003), oppure frutto dell'unione di risorse di più studiosi o professionisti (Polumbaum, Xiong, 2009). Una volta negoziato l'accesso, un altro elemento chiave da affrontare riguarda la selezione degli intervistati, che devono costituire un gruppo sufficientemente rappresentativo e vario, ma allo

stesso tempo sufficientemente omogeneo, per poter essere un utile campione di indagine. Oltre a dati anagrafici come l'età, il sesso o la collocazione geografica, è importante prendere in considerazione il tipo di testate per cui gli intervistati lavorano, per esempio tenendo conto della distinzione tra testate di partito e testate commerciali (Stockmann, 2013; Lupano, 2020, pp. 43-5), tra media generalisti e specializzati, tra testate locali e nazionali, e tra online e cartaceo. È dunque indispensabile conoscere in modo approfondito il panorama giornalistico cinese per poter scegliere in modo consapevole quali fonti interrogare.

I limiti nell'accesso al campo sperimentati da molti ricercatori portano spesso alla scelta di metodologie qualitative, con lo strumento delle interviste semi-strutturate o destrutturate (Saether, 2008), fino alla riscrittura di testi prodotti dagli stessi soggetti investigati (Bandurski, Hala, 2010).

2.2.2 Metodi proposti

Questo capitolo si colloca in linea con l'ampia letteratura sociologica ed etnografica riguardante il mondo dell'informazione in Cina, ma anche con riflessioni teoriche e con approcci metodologici che, partendo da un'ottica linguistica, sottolineano la necessità di rendere più completa l'analisi accedendo al "backstage" (Cotter, 2010; Perrin, 2012) in cui avviene la produzione degli stessi testi studiati (Catenaccio *et al.*, 2011).

Tra le tante discipline comprese nella vasta categoria delle scienze sociali, l'approccio sociologico e quello etnografico appaiono particolarmente adatti allo studio di una categoria professionale quale quella dei giornalisti.

Il paradigma interpretativo delle scienze sociali afferma che la realtà non va soltanto osservata, ma anche interpretata, perché l'unica realtà conoscibile è quella del significato che gli individui attribuiscono alle proprie azioni e alle cose (Clifford, 1987, p. 41). In tale ottica, la ricerca sociale non è una scienza sperimentale in cerca di leggi, ma una scienza interpretativa che cerca un significato. Obiettivo dello studioso interpretativo è comprendere il comportamento degli individui (Pizzorno, 1989) e in particolare il significato che i soggetti attribuiscono alle proprie azioni. Per farlo, è necessaria l'interazione tra studioso e studiato, senza la quale è impossibile avviare un processo conoscitivo di questo tipo.

Le tecniche qualitative (Ricolfi, 1997; Silverman, 2002; Cardano, 2003), opposte a quelle di tipo quantitativo, meglio rispondono alle istanze di una ricerca fondata sul paradigma interpretativo. Le caratteristiche principali dello studio sociologico qualitativo sono l'immersione nel contesto in esame; l'acquisizione di familiarità con il fenomeno studiato; lo svolgimento di un'analisi in profondità per conoscere il fenomeno sociale in oggetto; e la ricerca della comprensione del contesto

in termini vicini a quelli delle persone che lo vivono.

Dal punto di vista metodologico, la sociologia organizzativa offre numerosi esempi di studi qualitativi realizzati all'interno di comunità, organizzazioni e istituzioni. Questo approccio può essere adatto a indagini che riguardino, per esempio, una o più specifiche redazioni, dove si possa quindi identificare una struttura organizzativa di riferimento condivisa (Strati, 2007). Nel caso di studi che, invece, analizzano individui attivi in organizzazioni/redazioni differenti, può essere più calzante il riferimento allo studio delle subculture, filone nato dall'intuizione che l'approccio etnografico è utile non solo per studiare l'Altro, ma anche per studiare sé stessi. Come una tribù lontana o una gang di periferia sono portatrici di una specifica subcultura, così lo sono gli operai di una fabbrica o i membri di un ordine professionale (Corbetta, 2015).

Le tecniche di ricerca qualitativa si fondano sulle azioni di "osservare, interrogare e leggere" (Corbetta, 1999, p. 437). L'intervista qualitativa è considerata l'equivalente sul versante dell'*interrogare* di quello che l'osservazione partecipante è sul versante dell'*osservare*, stante naturalmente il minore livello di approfondimento e immersione nel mondo del soggetto reso possibile da un'intervista (*ivi*, p. 405). Obiettivo di fondo comune a entrambi gli approcci è accedere alla prospettiva del soggetto studiato, cogliere le sue categorie mentali, le sue interpretazioni, le sue percezioni, i suoi sentimenti e i motivi delle sue azioni. Più che un atto di osservazione, dunque, l'intervista è un atto di interazione con cui l'intervistatore accede al mondo dell'intervistato: alle sue esperienze, ai suoi valori e alla sua terminologia (Della Porta, 2010).

Sebbene la teoria preveda la possibilità di svolgere interviste strutturate all'interno di un paradigma interpretativo, le tipologie di intervista più adatte a questo approccio, che punta soprattutto a capire le persone dal di dentro, sono quella semi-strutturata e non strutturata. Il confine tra le due è sottile e non sempre chiaramente demarcabile: ciò che più conta è che entrambe, a differenza dell'intervista strutturata, lasciano all'intervistatore la libertà di impostare a proprio piacimento la conversazione su un determinato argomento, di variare le domande e i termini utilizzati tra un'intervista e un'altra, di domandare spiegazioni e chiarimenti, di approfondire quello che si ritiene necessario caso per caso. L'intervista strutturata, che meglio si associa a metodologie di indagine quantitativa, prevede invece l'utilizzo di questionari fissi e rigidamente impostati (Qu, Dumay, 2011).

Un altro strumento utile nella ricerca qualitativa è quello dei *focus group*. In questo caso, il ricercatore stimola un piccolo gruppo di partecipanti nella discussione di un tema, con lo scopo di generare dati utili a rispondere alla domanda di ricerca (Frisina, 2010).

Anche l'osservazione partecipante può affiancarsi oppure essere utilizzata in modo autonomo in un'indagine qualitativa. Essa implica la partecipazione dello studioso alle azioni o al contesto studiati, in modo da raccogliere dati tramite sia l'osservazione che l'esperienza diretta. È una delle

metodologie privilegiate degli approcci antropologici, in particolare di quelli etnografici, che indicano, ma non esauriscono, il concetto di “indagine sul campo”. Il termine “etnografia”, in realtà, può essere utilizzato in almeno tre accezioni: quella di attività connessa con la ricerca sul terreno e di descrizione della realtà osservata; quella di studio monografico dedicato a un determinato gruppo, società o cultura; e quella di un complesso di lavori riguardanti un determinato gruppo, società, cultura o area (Fabietti, 1999). Negli studi etnografici, l’osservazione partecipante ha l’obiettivo di comprendere e interpretare il punto di vista degli studiati e di descrivere quello di cui gli studiati non hanno consapevolezza (Cardano, 2011). Oggetto di ricerca sono le pratiche discorsive, linguistiche, istituzionali e materiali che influenzano la produzione, riproduzione e contestazione del potere e della conoscenza a livello culturale e sociale. L’osservazione etnografica richiede l’immersione totale nel contesto studiato, per mesi o persino anni.

Un approccio da prendere in considerazione per indagini che puntino alla comprensione del mondo dei giornalisti è quello dell’analisi etnografica del discorso, uno stile di ricerca che combina il lavoro sul campo etnografico con l’analisi del discorso e le relative teorie (Macgilchrist and Van Hout, 2011). Di particolare interesse, per i *media studies*, è anche l’etnografia digitale o netnografia (Sade-Back 2004; Hine, 2005; Beneito-Montagut, 2011; Kozinets, 2017), che applica il metodo etnografico ai media digitali. Nell’esplorazione del “fattore umano”, i metodi della storia orale possono contribuire alla corretta preparazione e gestione (sia pratica che etica) dello strumento delle interviste, così come dell’archiviazione digitale e/o testuale dei dati raccolti. Si tratta di una metodologia della ricerca storica che si fonda sulla produzione e sull’utilizzo di fonti orali, attraverso la registrazione dei ricordi, delle esperienze e delle opinioni delle persone su ciò che hanno vissuto in passato (Portelli, 2007). Con la sua vicinanza all’approccio antropologico e con il ricorso allo strumento dell’intervista non strutturata; con l’appassionata apertura all’ascolto e agli imprevisti della memoria (Portelli, 2009); e con il richiamo rigoroso a un comportamento deontologicamente corretto nei confronti degli intervistati, la storia orale costituisce una risorsa preziosa per chi desidera esplorare il “mondo” dei protagonisti dell’informazione e dei media partendo dalla narrazione individuale.

Che la prospettiva del proprio studio sia effettivamente storica, rivolta al passato e a particolari eventi del passato; o che essa sia fortemente contemporanea e indipendente da specifici fatti, le *Buone pratiche per la storia orale*, che l’Associazione Italiana di Storia Orale ha approvato nel 2015 e aggiornato nel 2020, rappresentano una guida preziosa per lo svolgimento corretto (anche dal punto di vista normativo ed etico) delle interviste e, di conseguenza, una garanzia dell’affidabilità del materiale ricavato (Aiso, 2020). Esse trattano aspetti fondamentali e a priori dell’intervista stessa, come il consenso informato degli intervistati; elementi relativi allo

svolgimento delle interviste, richiedendo la registrazione di ciascuna intervista su supporti audio o audiovisivi; considerazioni relative alle modalità con cui assicurare il rispetto della riservatezza dei dati e le eventuali richieste di anonimato; e indicazioni legate all'archiviazione e conservazione delle fonti orali raccolte.

Quando le interviste vengono non solo registrate su supporto audio-visivo, ma anche trascritte, i testi che ne derivano si prestano anche ad analisi che vanno oltre lo studio sociologico e antropologico, sconfinando nella linguistica. La linguistica applicata, in particolare, può fornire strumenti interpretativi utili a “leggere” i fenomeni che si manifestano nel discorso di un gruppo professionale come quello dei giornalisti.

L'idea di partenza è che, oltre ai contenuti che un intervistato veicola all'interno del dialogo con il ricercatore, sono importanti anche le scelte linguistiche (lessicali e retoriche), spesso inconsapevoli, compiute dagli intervistati. La linguistica consente di rilevare tali elementi e di attribuire loro un significato, rafforzando o confutando i dati emersi dall'analisi contenutistica, o aggiungendo sfumature e nuovi elementi allo studio.

Anche gli approcci linguistici possono essere quantitativi o qualitativi; la selezione del più adatto dipende, come nel caso degli approcci sociologici, dall'ampiezza del campione o, in questo caso, del corpus testuale a disposizione. Più ampio il corpus, più valide appaiono le metodologie quantitative, come la linguistica dei corpora, che consente di misurare la frequenza e il “peso” (*keyness*) di termini ed espressioni ricorrenti nella lingua parlata dagli intervistati (Gabrielatos, 2018). Più limitato il corpus, più valore acquista l'approccio qualitativo, che consente, su volumi di testo contenuti, di svolgere analisi più approfondite e mirate, relative ai più vari elementi discorsivi e del linguaggio.

Questa disciplina dalle vaste declinazioni può per esempio aiutare ad ampliare lo studio di un gruppo professionale, quale quello dei giornalisti o di altri lavoratori nel mondo dei media cinesi, soffermandosi su elementi morfologici, lessicali e retorici tramite i quali può, per esempio, venirsi a delineare la presenza di una lingua speciale caratterizzante (Cortelazzo, 1994; Agorni, 2012).

Gli strumenti della linguistica applicata possono essere utilizzati in isolamento, o, al contrario, essere combinati tra loro o in aggiunta ad altri, per esempio come avviene in approcci multi-livello quali la Progression Analysis, utilizzata anche in studi dedicati all'attività giornalistica (in contesti europei), o in approcci che promuovono un “linguistically sensitive, ethnographic approach to news production” (Catenaccio *et al.*, 2011, 1846). La vocazione multidisciplinare di questo approccio dipende dalla compresenza di fasi diverse di indagine, che si servono di strumenti etnografici, linguistici e informatici. La sua rilevanza in questo contesto è data anche dal fatto che l'approccio è stato ideato e utilizzato proprio in relazione a studi dedicati al mondo delle redazioni

giornalistiche, con focus sulla produzione dei testi, ma con importanti elementi di ricerca sociale a corollario (Perrin, 2006; van Hout, Jacobs, 2008).

Il metodo si sviluppa su tre livelli. Il primo è quello relativo alla raccolta di dati etnografici attraverso l'osservazione partecipante delle pratiche dell'organizzazione studiata, seguite da interviste qualitative su di esse. Il secondo prevede la registrazione di ogni azione svolta su un testo tramite un software inserito nei computer di chi scrive (per esempio i redattori di una testata giornalistica). Questo livello fornisce informazioni relative a ciò che gli autori fanno durante la scrittura del proprio testo, e in generale a come si arriva al testo finale in quanto tale. Il terzo livello consiste invece nella ricostruzione e concettualizzazione socio-cognitiva di quanto rilevato, tramite la raccolta di dati verbali che spieghino le strutture mentali responsabili della scrittura. In questa fase, gli autori dei testi analizzati vengono chiamati a guardare la ricostruzione a ritroso del proprio testo e a commentare in diretta la propria attività di scrittura.

L'approccio qui accennato, evidentemente complesso, non può essere facilmente replicato da un singolo studioso, soprattutto se ciò richiede l'accesso a redazioni giornalistiche in Cina. È infatti estremamente difficile per un ricercatore non cinese essere ammesso a partecipare alla vita di una redazione giornalistica cinese e accedere in modo così profondo alle modalità di scrittura dei giornalisti cinesi (Lupano, 2012). Tuttavia, si ritiene che la Progression Analysis possa almeno ispirare il lavoro del ricercatore che si occupa di giornalisti cinesi, aiutandolo, soprattutto in fase preliminare, a riconoscere la complessità del campo in cui si troverà ad agire, ad acquisire consapevolezza dei limiti necessariamente insiti in approcci parziali al tema, e a ideare soluzioni creative per compensare le restrizioni insite nell'utilizzo esclusivo degli strumenti dell'intervista o dell'osservazione partecipante.

2.2.3 Caso studio

Al fine di presentare le possibilità applicative dei metodi proposti, in questa sezione viene illustrato brevemente il caso studio, affrontato in due periodi (2008-9 e 2014-15), riguardante la figura del giornalista freelance. L'obiettivo dello studio era indagarne le caratteristiche anagrafiche e socio-professionali e la loro auto-rappresentazione, al fine di valutarne il significato e il peso, anche politico, nell'ecosistema mediatico e nella sfera pubblica cinese. L'approccio coniugava interviste qualitative semi-strutturate, osservazione partecipante e analisi linguistica, combinando quindi le metodologie della ricerca sociale con quelle della linguistica applicata. Trattandosi di un tema privo di letteratura di riferimento, appariva inevitabile partire da una ricerca sul campo, accedendo senza mediazioni all'oggetto di studio e al suo ambiente. Per trarre dati e informazioni utili alla

progettazione e allo svolgimento delle interviste e dell'osservazione partecipante, si è svolta un'analisi del contenuto delle poche fonti scritte in materia allora disponibili, due manuali pubblicati in Cina per spiegare agli aspiranti freelance editoriali le problematiche da affrontare e le strategie pratiche per affrontarle (Shen, 2003) e per guidarli verso una pratica etica della propria professione (Gongyang, 2009). Il ritratto del gruppo professionale emerso dall'analisi dei due manuali metteva in luce diverse aree da esplorare: aspetti pratici della professione (condizioni di lavoro, retribuzione, modalità organizzative di lavoro), aspetti ideali (valori e principi deontologici di riferimento) e auto-percezione o auto-rappresentazione del proprio ruolo sociale. Su questa base venivano così impostate le liste di temi da proporre nel corso di interviste qualitative semi-strutturate.

La difficoltà maggiore si è presentata nella fase iniziale della ricerca, quella dell'individuazione dei soggetti di potenziale interesse da intervistare. L'estraneità all'ambiente di studio, ma soprattutto l'identità dell'intervistatrice (di giovane età, donna ed europea) hanno richiesto l'intervento di mediatori per l'accesso al campo (Corbetta, 1999, p. 378). Tali mediatori sono stati individuati attraverso colleghi, altri contatti professionali e amici personali. Solo l'introduzione da parte di queste persone, considerate di fiducia dai freelance selezionati, ha reso possibile l'avvio dei contatti per le prime interviste. In diversi casi, gli stessi intervistati hanno rivestito il ruolo di mediatori per gli intervistati successivi, dimostrando di avere rapporti con altri freelance e, specialmente ai livelli di maggiore notorietà, di conoscersi e di essere in stretta relazione tra di loro.

Una volta individuati i soggetti e ottenuti i contatti, si è tentato di verificare, tramite telefonate o mail esplorative, la rispondenza di ciascuno ai criteri dell'indagine (Lupano, 2016). Alcuni sono stati esclusi dalla ricerca; tutti i soggetti infine selezionati hanno accettato di essere intervistati, ma alcuni hanno richiesto di comparire soltanto con il proprio nome di penna (*bi ming* 笔名).

Data la scarsità di informazioni disponibili sulla figura professionale investigata, la selezione degli intervistati è stata guidata anche dal principio della massima differenziazione, con l'intento di massimizzare la varietà dei profili inclusi nella ricerca (rispetto all'età, alla provenienza geografica, alla progressione di carriera e al livello di notorietà).

Le interviste che sono rientrate nel lavoro qui presentato sono dodici, sebbene in totale ne siano state realizzate 23, includendo testimoni privilegiati o freelance che non hanno accettato di essere registrati e che hanno espresso la preferenza di rispondere alle domande in lingua inglese. Le conversazioni utilizzate per questo lavoro sono state registrate integralmente su supporto audio digitale e riversate su hardware portatili conservati dall'autrice. I testi sono poi stati trascritti fedelmente, senza modificare l'andamento discorsivo e senza eliminare ripetizioni, errori o altri elementi tipici della lingua parlata, come suggerito dalla metodologia della storia orale.

Le interviste sono state impostate sulla base di un canovaccio di domande fisso, relativo alle cinque

aree che questa ricerca aveva l'obiettivo di indagare:

- informazioni biografiche e personali dei freelance;
- genere testuale, contenuto degli articoli prodotti, testate di riferimento;
- condizioni lavorative (incluse quelle contrattuali e retributive) e organizzazione della propria routine;
- definizione delle caratteristiche della propria professione;
- rappresentazione di sé e della propria missione nel contesto sociale.

A seconda delle attitudini, degli interessi, della disponibilità, delle convinzioni e dei valori dei singoli intervistati, lo spazio dedicato a ciascuna tematica è stato espanso o ristretto, lasciandosi guidare dagli interessi dell'interlocutore e dall'andamento della conversazione.

Sul fronte del contenuto, le interviste hanno rivelato la coesistenza di due tipologie predominanti e speculari di collaboratori editoriali autonomi, distinguibili sulla base degli argomenti e del tipo di articoli che scrivono: i freelance che si occupano di *infotainment* e i freelance che scrivono articoli di commento riguardanti l'attualità e problematiche sociali ed economiche. A queste due tipologie corrispondono rappresentazioni di sé e della propria missione per lo più contrapposte: gli uni scelgono di essere freelance per essere più liberi nell'organizzazione della propria vita, gli altri interpretano il proprio lavoro come uno strumento per promuovere il cambiamento sociale. I primi sono i freelance che più incarnano lo spirito commerciale dei media cinesi (Zhao Y., 2008); i secondi, attribuendosi il compito e il potere di influenzare la società per migliorarla, incarnano lo spirito etico e il senso di un mandato patriottico di stampo confuciano che caratterizza anche gli intellettuali cinesi contemporanei (Béja, 2008; Davies, 2007).

Sul fronte linguistico, l'analisi del corpus costituito dalla trascrizione delle interviste, svolta tramite gli strumenti di base della linguistica dei corpora, ha messo in rilievo la frequenza di parole chiave legate a temi politicamente sensibili (come "libertà di espressione", *yanlun ziyou* 言论自由), o di espressioni che manifestano un atteggiamento di opposizione nei confronti delle autorità (come "criticare il governo", *piping zhengfu* 批评政府). Tali frequenze segnalano che, nella loro autorappresentazione discorsiva, molti freelance considerano l'espressione di opinioni nella sfera pubblica un tratto determinante della propria professione (Lupano, 2017).

Dall'analisi terminologica del corpus è emersa invece la conferma che i freelance possono essere considerati membri della "comunità di discorso" (Swales, 1990) dei giornalisti, che si identifica non solo in base all'attività lavorativa, ma anche a elementi del linguaggio utilizzato a livello professionale. Termini tecnici, metafore, parole chiave, immagini ed espressioni gergali condivise segnalano l'esistenza di un linguaggio specialistico che, evolvendo nel tempo come evolvono le attività per cui è usato, viene appreso, usato e compreso appieno solo dalla comunità professionale

che l'ha creato.

In questo studio, l'osservazione partecipante ha svolto un ruolo ancillare allo svolgimento delle interviste. Data la natura della figura professionale indagata – individui che lavorano in totale autonomia, fuori da una struttura organizzata, sulla produzione di testi – è apparso difficile progettare l'immersione totale nel campo studiato. Ciò avrebbe richiesto l'affiancamento di un singolo freelance (o di più freelance singolarmente, in momenti diversi) per la loro intera giornata lavorativa, al fine di rilevarne e poi raccontarne le routine e i problemi più minuti. Questo approccio, che si ritiene comunque potenzialmente interessante, è apparso inadatto per un primo studio della categoria. L'osservazione partecipante è stata quindi svolta in una redazione giornalistica, quella dell'edizione in lingua inglese del *Renmin wang* 人民网 (la versione online del *Renmin ribao* 人民日报), chiamata *People's Daily Online*. L'osservazione si è concentrata sulla struttura organizzativa della testata, sulle gerarchie e sui rapporti all'interno della redazione e sul rapporto tra giornalisti e pcc (Lupano, 2012).

L'ambizione di sviluppare ulteriormente lo studio come previsto dalla Progression Analysis si è scontrata con la chiusura della redazione nei confronti di qualsiasi tentativo di reale partecipazione agli aspetti più salienti dell'attività, incluse le riunioni di redazione.

2.2.4 Conclusioni

Gli approcci descritti, e quello utilizzato nel caso studio illustrato, presentano diverse debolezze, in parte acuite da specifiche problematiche del contesto cinese.

Innanzitutto, va segnalata la limitata rappresentatività di studi che, per vari motivi, non possono essere condotti su un numero statisticamente significativo di soggetti. Per quanto lo studioso si sforzi di selezionare con accuratezza e secondo criteri di massima rappresentatività i propri intervistati, i lacci burocratici e le ristrettezze di tempo e di risorse rendono arduo svolgere studi sufficientemente ampi da risultare pienamente generalizzabili. Le interviste qualitative e l'osservazione partecipante sono metodi dispendiosi; richiedono un intenso lavoro preparatorio, una presenza sufficientemente prolungata sul campo e una lunga fase di "post-produzione" in cui analizzare e ristrutturare i dati e i testi raccolti. Se a questa fase si aggiunge l'eventuale analisi linguistica o di contenuto, l'impegno si dilata ulteriormente.

Un'altra problematica generale, che si pone in qualsiasi studio basato su interviste e su pratiche etnografiche, è quella della reattività degli intervistati. Trattandosi di persone che vengono esaminate da altre persone, è possibile che gli individui che vengono intervistati o che sanno di essere osservati si comportino in modo non naturale o trasmettano informazioni ed esprimano idee

non pienamente vere. Le cause possono essere varie: dall'ambiente in cui si svolge la conversazione alla presenza di soggetti estranei o disturbanti; dallo stato emotivo in cui si trovano alle caratteristiche dell'intervistatore. Se l'intervistato non si fida dell'intervistatore, non ci sarà spazio per confidenze; se si sente affine all'intervistatore, sarà tentato di compiacerlo, celando o sminuendo le informazioni che potrebbero comprometterne il giudizio (Goffman, 1969; Dahlgren, 2000; Braun, Clarke, 2013). Compito del ricercatore è ridurre il più possibile gli elementi di disturbo e di interferenza, mantenendosi vigile sui possibili segnali di reazione da parte del soggetto intervistato, e chiedendosi costantemente se l'intervistato stia indossando una maschera. Nel caso studio sui giornalisti freelance cinesi, per esempio, ci si è rifatti alla dicotomia tra discorso pubblico (risposte fornite dagli intervistati come se ci fosse un pubblico in ascolto) e discorso personale (le risposte o le dichiarazioni a microfono spento fornite dagli intervistati) rilevata già da Dahlgren (1992). Nel contesto dei media, in particolare durante la dirigenza di Xi Jinping, tale dicotomia è diventata sempre più probabile, dati i rischi oggettivi che gli intervistati correrebbero se parlassero in modo aperto e trasparente della propria realtà.

La condivisione di informazioni, in particolare al di fuori della Cina, è diventata ancora più difficile dopo l'approvazione, il 27 febbraio 2024, della revisione della Legge sul mantenimento dei segreti di Stato (*Zhonghua renmin gongheguo baoshou guojia mimi fa* 中华人民共和国保守国家秘密法). Questa norma rende perseguibile per diffusione di segreti di Stato qualsiasi organizzazione, azienda, istituzione, associazione e cittadino che abbia accesso ad essi. A preoccupare è soprattutto il possibile uso arbitrario di tale legge (Ren, Davies, 2024), favorito da una definizione ampia e vaga dei segreti, tra cui rientrano questioni relative alla difesa nazionale e alle forze armate, agli affari di Stato, alla diplomazia, allo "sviluppo economico e sociale", alla scienza e alla tecnologia, e a non meglio specificate "altre materie confidenziali determinate dal Dipartimento per la sicurezza" (Xinhua She 2024).

Per tutte queste ragioni, attualmente l'accesso al campo in Cina può apparire una sfida impossibile da affrontare, a causa della refrattarietà degli intervistati a esporsi, specialmente con ricercatori non cinesi. Mentre si può solo auspicare che, con il passare del tempo, gli effetti negativi della Legge sui segreti di Stato si attenuino, altri tra i problemi citati possono essere mitigati in fase di progettazione, ma devono essere sempre tenuti in considerazione durante lo svolgimento della ricerca sul campo, al fine di leggere in modo critico le riflessioni e i dati raccolti.

Nonostante le evidenti difficoltà e gli elementi di debolezza, interrogare o osservare i protagonisti del settore rimane l'unico modo per verificare, arricchire e completare informazioni e dati ottenuti tramite indagini documentali e testuali, e per indagare i significati che le persone attribuiscono ai propri comportamenti, alle proprie azioni e alle proprie interazioni con gli altri. Ciò si sta rivelando

ancora più necessario di fronte al potenziale (anche) distorsivo **ruolo[2][3]** dell'intelligenza artificiale, in particolare di quella generativa. Se non è più possibile discernere il testo (anche giornalistico) scritto da un essere umano da quello prodotto attraverso strumenti di IA, un'analisi solo testuale rischia di perdere la sua forza euristica. Non solo: anche per accedere alla *black box* dei sistemi di intelligenza artificiale – per comprenderne l'addestramento e il comportamento, per approfondirne i *bias* e le interferenze politiche (Colville 2024) – diventa indispensabile dialogare con l'elemento umano responsabile dello sviluppo della macchina.

L'incontro e la relazione con gli attori può fornire risultati non soltanto inediti, ma anche potenzialmente sorprendenti rispetto alle ipotesi di partenza. Ciò può spingere il ricercatore verso sviluppi diversi da quelli inizialmente progettati, rendendo l'esperienza della ricerca un'impresa entusiasmante e personalmente arricchente. Inoltre, il contatto con l'elemento umano di un fenomeno consente di svelare relazioni e fattori non ovvi, contribuendo a sconfessare stereotipi o convinzioni non corrette. Nel settore dei media e dell'informazione in Cina, spesso liquidato come un *unicum* indistinto inevitabilmente dominato dalla propaganda, queste caratteristiche sono particolarmente preziose.

Riferimenti

- AGORNI M. (2012), *Prospettive linguistiche e traduttologiche negli studi sul turismo*, FrancoAngeli, Milano.
- ASSOCIAZIONE ITALIANA DI STORIA ORALE (2020), *Buone pratiche per la storia orale*, <https://www.aisoitalia.org/buone-pratiche/> (ultimo accesso gennaio 2024).
- BANDURSKI D., HALA M. (2010), *Investigative Journalism in China. Eight cases*, Hong Kong University Press, Hong Kong.
- BANDURSKI D. (2009), *More hard words on China's 'war for public opinion'*, "China Media Project", September 30. <https://chinamediaproject.org/2009/09/30/more-hard-words-on-chinas-war-for-public-opinion> (ultimo accesso gennaio 2024).
- ID. (2013), *A New Year's greeting gets the axe in China*, "China Media Project", January 3. <https://chinamediaproject.org/2013/01/03/a-new-years-greeting-gets-the-axe-in-china/> (ultimo accesso gennaio 2024).
- BÉJA J. (2008), *The Changing Aspects of Civil Society in China*, in Y. Zheng and J. Fewsmith (eds.), *China's Opening Society: The Non-State Sector and Governance*, Routledge, New York.
- BENEITO-MONTAGUT R. (2011), *Ethnography goes online: towards a user-centred methodology to*

- research interpersonal communication on the Internet*, “Qualitative Research”, 11, pp. 719-35.
- BRAUN V., CLARKE V. (2013) *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*, SAGE Publication, London.
- CARDANO M. (2011), *La ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna.
- CATENACCIO P., COLLEEN C., DE SMEDT M., GARZONE G., JACOBS G., MACGILCHRIST F., LAMS L., PERRIN D., RICHARDSON J., VAN HOUT T., VAN PRAET E. (2011), *Towards a Linguistics of News Production*, “Journal of Pragmatics”, 43, 7, pp. 1843-52.
- CLIFFORD G. (1987), *Interpretazione di culture*, Il Mulino, Bologna.
- COLVILLE A. (2024), *Sparking compliant AI*, China Media Project, <https://chinamediaproject.org/2024/05/24/sparking-the-compliant-ai-of-the-future/> (ultimo accesso luglio 2024).
- CORBETTA P. (2015), *La ricerca sociale: metodologia e tecniche. I Paradigmi di riferimento*, Il Mulino, Bologna.
- CORTELAZZO M. (1994), *Lingue speciali: la dimensione verticale*, Unipress, Padova.
- COTTER C. (2010), *News talk: Investigating the language of journalism*, Cambridge University Press, Cambridge.
- DAHLGREN, (1992), *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*, SAGE Publication, London.
- DAVIES G. (2007), *Worrying about China: The Language of Chinese Critical Inquiry*, Harvard University Press, Cambridge (MA).
- DE BURGH H. (2003), *The Chinese journalist. Mediating information in the world's most populous country*, RoutledgeCurzon, New York.
- DELLA PORTA D. (2010), *L'intervista qualitativa*, Editori Laterza, Bari.
- FABIETTI U. (1999), *Antropologia culturale. L'esperienza e l'interpretazione*, Laterza, Roma.
- FRISINA A. (2010), *Focus group. Una guida pratica*, Il Mulino, Bologna.
- KOZINETS R. V. (2017), *Netnography: Understanding Networked Communication Society*, in A. Quan-Hasse and L. Sloan, *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*, York University, Toronto.
- GABRIELATOS C. (2018), *Keyness Analysis: nature, metrics and techniques*, in C. Taylor, A. Marchi (eds.) *Corpus Approaches To Discourse: A critical review*, Routledge, Oxford.
- GOFFMAN, E. (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna.
- GONGYANG WANGJUN 公羊王均 (2008), *Ziyou zhuangaoren. Wenhua quanli de “yesheng dongwu”* 自由撰稿人。文化权利“野生动物” (Il freelance editoriale. “L’animale selvatico” del settore culturale), Dongfang chuban zhongxin, Shanghai.

- GORMAN P. (2021), *Managing public opinion in crisis*, in C. Shei, W. Wei (eds.), *The Routledge Handbook of Chinese Studies*, Routledge, London and New York, pp. 146-62.
- HINE C. (2000), *Virtual Ethnography*, Sage, London.
- LIN K. (2019), *Work Unit*, in C. Sorace, I. Franceschini and N. Loubere, *Afterlives of Chinese Communism*, ANU Press and Verso Books, Acton.
- LINK P. (2013), *An Anatomy of Chinese: Rhythm, Metaphor, Politics*, Harvard University Press, Cambridge (MA).
- LUPANO E. (2012), *Ho servito il popolo cinese. Media e potere nella Cina delle riforme*, Milano, Brioschi.
- ID. (2016), *Zhongguo jizhe. Giornalisti cinesi: linguaggio e identità professionale*, Unicopli, Milano.
- ID. (2017), “Freelancers or ‘Public Intellectuals’? Professional Identity and Discursive Representation of Chinese Independent Media Writers in a Fast-Changing Landscape”, *Languages Cultures Mediations* 4 (1), pp. 149-166, doi: <http://dx.doi.org/10.7358/lcm-2017-001-lupa>
- ID. (2020), “*Raccontare lo sport nella Cina delle riforme. Modelli mediatici a confronto*”, “Sulla via del Catai”, 23, XIII, pp. 41-61.
- MACGILCHRIST F., VAN HOUT T. (2011), *Ethnographic discourse analysis and social science*, “Forum: Qualitative Social Research”, 12, 1.
- PAN Z., LU Y. (2003), *Localizing professionalism: discursive practices in China’s media reforms*, in C. C. Lee, *Chinese media, global context*, Routledge Curzon, London, pp. 215-36.
- PERRIN D. (2012), *Stancing: Strategies of Entextualizing Stance in Newswriting*. *Discourse*, “Context & Media”, 1, pp. 135-47.
- ID. (2019), *Progression Analysis: Working with Large Data Corpora in Field Research on Writing*, in K. Sullivan, E. Lindgren (eds.), *Observing Writing: insights from keystroke logging and handwriting*, Brill, Leiden, pp. 143-62. doi: [10.1163/9789004392526_008](https://doi.org/10.1163/9789004392526_008)
- POLUMBAUM J., XIONG L. (2008), *China Ink. The changing face of Chinese journalism*, Rowman and Littlefield, Lanham.
- PORTELLI A. (2010), *Un lavoro di relazioni: osservazioni sulla storia orale*, in “Aisoitalia”, 1 gennaio. <https://www.aisoitalia.org/2009/01/un-lavoro-di-relazione/> (ultimo accesso gennaio 2024).
- QIAN G., BANDURSKI D. (2011), *China’s Emerging Public Sphere*, in S. Shirk (ed.) *Changing Media, Changing China*, Oxford University press, Oxford, pp. 38-76.
- QU, S. Q., DUMAY, J. (2011), *The qualitative research interview*, “Qualitative Research in Accounting & Management”, 8, 3, pp. 238-64. Doi: [10.1108/11766091111162070](https://doi.org/10.1108/11766091111162070)
- REN F., DAVIES J. (2024), *China's revised and more stringent state secrets law takes effect*, Reuters, <https://www.reuters.com/legal/legalindustry/chinas-revised-more-stringent-state-secrets-law->

[takes-effect-2024-05-07/](#) (ultimo accesso luglio 2024).

- REUTERS (2006), *Big freeze. The authorities silence yet another inconvenient voice*, February 2, <https://www.economist.com/asia/2006/02/02/deep-freeze>
- RICOLFI L. (1997), *La ricerca qualitativa*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- SADE-BECK L. (2004), *Internet Ethnography: Online and Offline*, “International Journal of Qualitative Methods”, 3, 2, pp. 45-51.
- SAETHER E. (2008), *A new political role? Discursive strategies of critical journalists in China*, “China Aktuell”, 4.
- SHEN WEIDONG 沈卫东 (2003), *Ziyou zhuangaoren shiyong baodian 自由撰稿人实用宝典* (Il manuale dei freelance editoriali), Guangxi Normal University Press, Guilin.
- SILVERMAN D. (2002), *Come fare ricerca qualitativa*, Carocci, Roma.
- STOCKMANN D. (2013), *Media commercialization and authoritarian rule in China*, Cambridge University Press, Cambridge.
- STRATI A. (2007, ed.), *La ricerca qualitativa nelle organizzazioni. La dimensione estetica*, Carocci, Roma.
- SWALES J. (1990), *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*, Cambridge University Press, Cambridge.
- TOMBA L. (2001), *Lavoro e società nella Cina popolare*, Franco Angeli, Milano.
- TONG J. (2014), *Discourse of journalism and legitimacy in post-reform China*, in Cao Q., Tian H., P. Chilton (eds.) *Discourse, politics and media in contemporary China*. John Benjamins, Amsterdam, pp. 123-44.
- VAN DIJK T. A. (2009), *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*, Cambridge University Press, Cambridge.
- VAN HOUT T., JACOBS G. (2008), *New Production Theory and Practice: Fieldwork Notes on Power, Interaction and Agency*, “Pragmatics” 18, 1, pp. 192-212.
- WANG J. (2010), *Brand New China: Advertising, Media, and Commercial Culture*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- ZHANG X. (2007), *Seeking effective public space: Chinese media at the local level*, “China: An International Journal”, 5, 1.
- ZHAO J. (2003), *The SARS Epidemic Under China’s Media Policy*, *Media Asia*, 30. 4, 191-6, DOI: 10.1080/01296612.2003.11726722
- ZHAO Y. (2008), *Communication in China: Economy, Power and Conflict*, Rowman & Littlefield, Plymouth.
- XINHUA SHE 新华社 (2024), *Zhonghua renmin gongheguo baoshou guojia mimi fa 中华人民共和国*

保守国家秘密法 (Legge della Repubblica popolare cinese sul mantenimento dei segreti di Stato)
Xinhua She, Beijing, https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202402/content_6934648.htm (ultimo
accesso luglio 2024).